

# 伝統産業＜和菓子＞に民芸運動が与えた影響の一事例 — 中小企業、島根県松江市「風月堂」の販売戦略 —

長谷川 弓子

## An example of the influence of the folk art movement on the traditional industry <Japanese sweets> — Small and Medium-sized Business, Sales Strategy of “Fugetsu-do” in Matsue City, Shimane Prefecture —

HASEGAWA, Yumiko

### 要旨

本稿は、小規模菓子製造業の経営内容に着目し、日本の伝統産業の継承に関する現状とその課題について明らかにすることを目的とする。一つの事例として、松江市の和菓子店風月堂を取り上げ、実地調査を行った。松江は京都、金沢に並ぶ日本有数の茶どころ、和菓子どころで知られる。風月堂は、松江の和菓子産業の中でも民芸運動の影響を強く受け、今なお創業当時と変わらない製法で菓子製造・販売を続ける。「差別化」「希少性」「変わらない」という3つの経営方法で今も生き残り続けているといえる。日本には和菓子だけでなく、地域に根ざし、生活に根ざした「食」の民芸品といえるものが数多く存在する。それらの事例を継続的に研究することが、伝統産業を継承していく上で、起きうる課題の解決策の一助となると考える。

### キーワード

伝統産業、和菓子、民芸運動、中小企業

### Abstract

The purpose of this paper is to clarify the current situation and issues concerning the succession of traditional Japanese industries by focusing on the management of small-scale confectionery manufacturing. As an example, we conducted a field survey on Fugetsu-do, a Japanese sweet shop in Matsue City. Matsue is well-known for being one of Japan's leading tea and Japanese sweets, along with Kyoto and Kanazawa. Fugetsu-do is strongly influenced by the folk art movement in Matsue's Japanese confectionery industry, and continues to manufacture and sell confectionery using the same method as at the time of its founding. It can be concluded that the business continues to survive with three management methods of "differentiation", "rarity" and "be constant". In Japan, there is not only Japanese confectionery but also many local foods that can be said are folk art. We think that continuous study of these cases will help to solve possible problems in inheriting traditional industries.

### Key words

traditional industry, Japanese sweet, folk art movement, small and medium-sized business

## I. はじめに

本稿は、民芸運動の影響を受けた中小規模の菓子製造業の経営内容に着目し、日本の伝統産業の継承に関する現状と課題について考えることを目的とする。

日本には、醤油、味噌、みりん、豆腐、酒、和菓子といった日本古来の伝統的な食品が多く存在する。しかし高度経済成長以後の日本人の「食の洋風化」「食の合理化」の進行により、伝統食品の需要は縮小傾向にあり、それに伴い、伝統食品産業（老舗企業）の倒産も増加傾向にある。しかしその一方で、長い間続いた大量生産・大量消費時代への反省から、地産・地

消、食の安全、環境保全に関する関心が高まる中で、地域に根ざす伝統食品への関心が高まっているという意見もある〔大石、2007（75頁）〕。

和菓子の製造企業は推定で約3万社あるといわれ、その95%を小規模企業が占める〔藪、2018（47頁）〕。よって、日本各地に様々な和菓子屋が存在するといえる。今ここで、他の伝統食品産業と同様に、より多くの中小規模の企業を取り上げ、現状と課題を明らかにしていくことが日本の伝統産業の継承を考える上で重要だと考える。

本事例研究では、京都、金沢に並ぶ日本有数の茶どころ、和

菓子どころで知られる松江の和菓子産業を対象とする。

松江の和菓子隆盛のきっかけを作ったのは、江戸時代の大名茶人で松江藩七代目城主の松平治郷（致仕後の号、不昧。以後不昧公）である。不昧公は松江を菓子処として栄えさせ、季節感に溢れ、繊細で優美な形を併せ持った和菓子を数多く完成させた。また、明治期になると、一時途絶えていた不昧公時代の銘菓の数々の研究がなされ、“不昧公御好”の菓子として再現がなされた。加えて鉄道の開通、大正6（1917）年に開催された「不昧公百年忌大茶会」を契機に松江の菓子の知名度が全国に浸透するようになったといわれている。よって松江の菓子の発展は、不昧公によるところが大きいといえる。

しかしその一方で、“不昧公御好”の菓子を作らず、柳宗悦、河井寛次郎、浜田庄司、棟方志功らを中心とした民芸運動の影響を強く受けながら菓子作りに力を注ぎ、和菓子を民芸作品と呼べるまでに高めた和菓子屋がある。それが風月堂である。

## II. 目的・研究方法

本稿では、日本で有数の茶どころ、和菓子どころで知られる松江の和菓子産業を対象とする。

まず伝統産業に関する文献研究の調査を行い、和菓子産業全体の現状を把握するとともに、松江の和菓子の歴史について研究をする。そして、松江の和菓子産業の中でも、民芸運動の影響を強く受け、今なお明治19（1886）年の創業当時と変わらない菓子製造を続ける風月堂で、インタビューを中心とした実地調査を行う。調査は2019年6月11日、8月23日の2回、場所は風月堂の店舗で実施した。回答者は、風月堂三代目当主中西万助の長女、池田恵子氏と、その長男で製造責任者である池田健氏である。実地調査からその経営方法をまとめ、現状と課題を明らかにし、今後の和菓子産業や伝統産業の現状と課題について検討する。

## III. 伝統産業（和菓子を含む）に関する文献研究

和菓子を含む伝統食品産業に関するいくつかの文献研究がある。大石は、食品に限らず、伝統工芸品など「伝統」という言葉が付く製品の場合、それを供給する産業には、いずれも共通の特質と課題があるとし、それを「企業の零細性」「後継者難」「人材難」「失われる技術の伝承」とした。また、この要因を需要の縮小とし、加工食品全盛時代において伝統製法による食品の需要は低迷しているのに対して、規模を拡大した伝統食品産業の多くは、大型設備投資による量産・量販へと転換した企業であり、その結果多くの分野において少数の大手企業と零細企業という産業組織が形成されたとした〔大石,2007（75頁）〕。

藪は、経営者の後継者難の問題等、贈答品や社用の需要低迷による和菓子産業全体の売り上げ減を指摘する一方で、年中行事と密接な結びつきを持つ和菓子の強みを上げ、その他に、個

性や健康性、地域名産品などの商品特性を挙げた。また、現在日本が直面している「高齢化社会」到来において、和菓子の需要が期待できるとした〔藪,2018（47頁）〕。

筆者は、醤油醸造業など伝統産業研究の多くが、大手メーカーに関するものが多く、中小規模の企業が少なく、大量生産・大量消費というシステムの中において様々な環境の変化に対して存続してきた中小規模の企業の事例を研究することが、伝統産業の継承にとって重要であるとした〔長谷川,2019（60頁）〕。

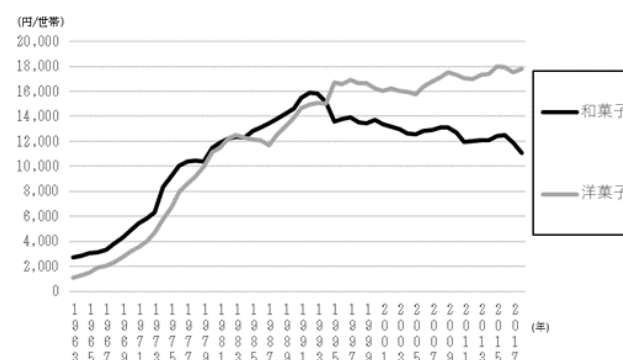
以上、文献研究から、伝統産業には「企業の零細性」や「後継者難」などの様々な課題があるが、今後の「高齢化社会」到来における和菓子への需要も期待できるといえる。

## IV. 和菓子産業の現状

本論に入る前に、和菓子の消費動向及び、和菓子産業の現状について述べる。

### 1. 和菓子の消費動向

図1. 1世帯当たりの年間の和菓子、洋菓子の購入数量の推移



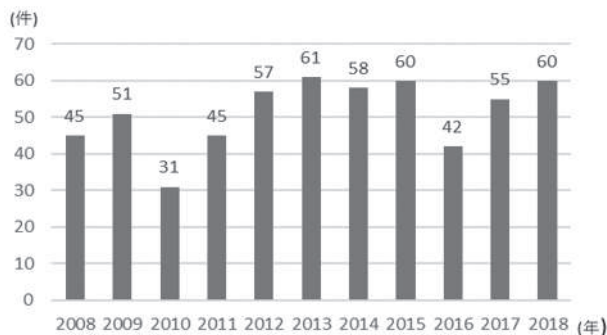
総務省統計局『家計調査年報』1世帯当たりの年間の品目別支出金額、購入数量及び平均価格から筆者作成

図1には和菓子と洋菓子の消費量の推移を示した<sup>注1)</sup>。調査が始まった1963年以降、洋菓子の消費量は、途中多少の増減がありつつも上昇を続けており、2018年の購入金額は、一世帯当たり年間17,787円であった。それに対して和菓子は、1993年の同15,872円をピークに、1994年頃からは緩やかに減少傾向にあり、2018年の購入金額は同11,090円となった。ピーク時と比べて3割の減少である。その理由として、様々な要因が考えられるが、「食生活の洋風化」によって、和菓子よりも洋菓子を好む傾向が強くなり、和菓子の購入数量が減少していると考えられる。

### 2. 和菓子産業の現状

図2は、東京商工リサーチの和洋菓子店の倒産年次推移である。東京商工リサーチによると、2018年1月から12月の「和洋菓子店」の倒産が60件（前年比9.0%増）であり、2009年からの10年間で最多であった2013年の61件に次ぐ件数になった。この結果は、和洋菓子店の倒産件数を合計したものであるため、

図2. 和洋菓子店の倒産年次推移



東京商工リサーチ[https://www.tsnet.co.jp/news/analysis/20181108\\_03.html](https://www.tsnet.co.jp/news/analysis/20181108_03.html)をもとに筆者作成

和菓子店だけの件数ではないが、前述したように、消費者の和菓子離れが進んでいることを考えると、和菓子店の倒産件数が多いことが考えられる。

事実、SankeiBizの2018年12月5日の記事によれば、2018年には、天保5（1834）年創業の老舗和菓子店の花園饅頭が倒産し、また昭和4（1929）年創業の人形町亀井堂も破産開始手続の決定を受けている。このように和菓子店の経営難が目立っているようだ。Business Journalの2019年の6月6日の記事では、東京商工リサーチは、その要因として大手コンビニチェーンの大量生産される低価格の“コンビニスイーツ”の台頭により競争が激しくなったことを挙げ、その他にも原材料の上昇、後継者難、人手不足が影響しているとした。このほかにも、藪は、リーマンショック以来激減した贈答品や社用の需要の低迷もまた、要因の1つと考える〔藪, 2018（47頁）〕。

以上、和菓子の消費動向や和菓子産業の全国的動向を見てきた。「食の洋風化」「食の合理化」の進行などに伴い、和菓子産業は他の多くの伝統食品産業と同様に市場が淘汰され、減少傾向にあるといえる。

## V. 松江の和菓子の歴史

松江は、京都、金沢と並び、日本の有数の茶どころ、和菓子どころで知られる。

松江での和菓子隆盛のきっかけをつくったのは松江藩七代目城主の不昧公（1751-1818）である。

それ以前の菓子は、果物由来の“干菓子”、穀物由来の“打ち菓子”といったもので、生菓子はなかったが、茶道の名人である不昧公によって、茶に用いる菓子類も発達した。

星野の著書『松江菓子業の軌跡』によれば、『松平不昧伝』には、不昧公の好んだ菓子として、52種類の菓子名が、その後発行された書『茶禅不昧公』には66種類の菓子が記載されている。また『日本の菓子』には「不昧公御好菓子」の記載があり、12カ月に分けて記録された資料には、66種類の菓子が記載されている。星野によれば、これらの資料に重複した菓子名が

あるため、これらを整理すると、文化年間、近世後期に茶会で利用される不昧公好みの菓子は100種類を超えるほどの豊富な数であったとする。

これらのことを考慮すると、不昧公によって、松江の季節感に溢れ、繊細で優美な形を併せ持った多種類の和菓子づくりが完成したといつてよいのではないか。これが松江の和菓子の原点である。

当時の松江藩御用菓子司は三津屋と面高屋など数軒であったという。春の「若草」「菜種の里」、秋の「山川」が不昧公の三大銘菓とされるが、そのうちの「山川」は、不昧公が品川宿の菓子匠伊勢屋越後大掾に作らせたもので、松江では『和菓子風土記』によれば、不昧公が品川の菓子司越後屋に修業に行っていた面高屋新四郎道順に命じて作らせたものとするが、『松江食べ物語』では、三津屋惣七だけに作らせた菓子ということになっている。

『日本銘菓辞典』によると、「菜種の里」は、面高屋新四郎道順が作って進呈したところ、不昧公が大変気に入り、菓銘と歌を詠み、不昧公好みの菓子になった。

明治期に入ると、阪神地方との鉄道連絡も良くなり、また各種品評会などでも松江の和菓子が入選するようになる。こうして和菓子が松江の名産品となるにつれ、松江で和菓子屋の創業が相次いだ。そして一時は途絶えていた不昧公時代の銘菓に注目が集まり、その再現に力が注がれた。

仕掛け人となったのは、松江市内の呉服問屋、宿場主、古物商など当時のリーダーが集う「どうだら会」であった。会で情報交換をする中で、不昧公ゆかりの銘菓復活の声が上がり、三大銘菓など“不昧公御好”の菓子をよみがえらせた。

菓子の再現は明治23（1890）年創業の風流堂二代目の内藤隆平と明治7（1874）年に創業の彩雲堂初代山口善右衛門に託され、研究を行った。その結果、風流堂は大正7（1918）年に「山川」（図3）を、彩雲堂は明治中期に「若草」（図4）を復元した。「山川」は阿波の和三盆を使った落雁の一種で、「若草」は求肥のまわりに薄緑色の衣をまぶした和菓子である。また昭和

図3. 三大銘菓「古代山川」



（風流堂HPより <https://www.furyudo.jp/wagashi/>）



図4. 三大銘菓「復刻若草」(筆者撮影2019.8.24)



図5. 三代銘菓「菜種の里」



(三栄堂HPより [www.saneido.jp/](http://www.saneido.jp/))

4 (1929) 年創業の三英堂の岡栄三郎は、同年、落雁の一種である「菜種の里」(図5)を復元した。『日本銘菓辞典』によれば、三英堂は創業時に面高屋の子孫から製法を譲り受けたという。以上この3品を不昧公の三大銘菓としている。

その後第一次世界大戦期を経て、多くの菓子店が興った松江の和菓子業界は、大正期に入り、急激な発展を遂げた。

山陰中央新報の平成19(2007)年11月9日の記事によれば「市長村別統計が始まった大正4(1915)年の菓子製造戸数は122戸、生産額は33,110円であった。島根県全体のうち、戸数は20%を占め、生産額は11%を占めていたという。その後もインフレなどもあり、生産額が急伸び、大正9(1920)年には、島根全体の36%を占めて市町村別のトップに立った」とある。一時期はこれほどまでに松江の和菓子産業は復活したのだ。星野は、その背景には鉄道開通と不昧公時代の銘菓復活大正6(1917)年の「不昧公百年忌大茶会」が契機になったと考察している〔星野, 2007(31頁)〕。

その後も第2次世界大戦による低迷期はありつつも、経済成長とともに松江の和菓子産業は成長を続け、全国に広がっていったのだ。

そして平成9(1997)年には、県は島根県菓子技術専門学校を開校し、後継者育成にも力を注いでいる。

さらに産業面では、菓子の包装に変化が起きた。松江の菓子

店では、それまで一つずつ手で菓子を包装していたが、機械化に伴い、1時間に何百個も自動で包装できる機械が開発され、作業効率が格段に上がった。また、脱酸素剤や脱酸素袋の登場により、保存期間が飛躍的に長くなった。ちなみに、脱酸素剤は密閉容器の中を脱酸素状態にする薬剤である。これを食品とともに脱酸素袋に入れ、包装することで日持ちが可能となる。これらの変化により、松江の菓子の量産を可能にしたのだ。加えて、急速冷凍機を導入することにより、国内だけでなく、世界中に和菓子を広めることができるようになった。

このように、松江は地域の特性を生かし、地域独自の商品を開発し、地域ブランドの価値創出をしてきた。

しかし「不昧公御好」の菓子の復活や、後継者育成など、松江の菓子文化の存続に注力してきた松江でも、近年は和菓子店が減少傾向にある。平成元(1989)年発行の『松江余談』には、松江の和菓子店の数について「和菓子製造の三十七軒を含め、店が百軒」とあるが、平成19(2007)年10月5日の山陰中央新報の記事によれば、「松江市内には二十店舗が軒を連ねる」とある。よって1989年～2007年までの19年間でおよそ17軒の和菓子店が店を閉じたことになる。そして令和元(2019)年現在、松江市内で組合に加盟している和菓子屋は14軒である<sup>注2)</sup>。

## VI. 民芸運動と松江「風月堂」

これまで述べてきたように、松江の和菓子隆盛の大きなきっかけは不昧公というお殿様茶人の存在が非常に大きい。明治以降、多くの店舗が「不昧公御好」の菓子の製造に注力し、その再現に成功し、松江の和菓子は全国に広まった。しかし、その流れの中にありながらも、当時民芸運動の影響を強く受け、松江で和菓子を作り続けてきたのが風月堂である。次に民芸運動について説明する。

### 1. 民芸運動

#### 1) 民芸運動とは何か

民芸運動とは、日本民藝協会のホームページによれば、大正15(1926)年に思想家の柳宗悦が中心となって、陶芸家の河井寛次郎、浜田庄司らによる「民芸」の再評価、保存、継承を目指した運動のことである。「民芸」とは、「民衆の工芸」の略語で、柳と美の認識を同じくする河井や浜田によってつくられた言葉である。当時の工芸界は、華やかな装飾を施した観賞用の美術品が多かったが、彼らは芸術家(特別な作家)によらない民衆(民衆の職人)の手によって生み出された日常使いの生活道具を民芸とし、それらに美術品にはない新しい美しさがあると唱えた。柳らは、一般の美術品が「鑑賞」を目的とするなかで、民芸の「実用性」を重視した。

民芸品は鍛錬によって得られる熟練した技術を伴うため、工芸に近い特徴を持つ。柳らによって発掘収集された品々は、家

具、陶磁器、織物、染物、編組品、鋳物、木彫、絵画、竹工、石工、金工、皮工、硝子、彫刻など各分野にわたっている。これらはそれぞれの地域に根ざした独自の色や形などを持つことから、民芸が生活に根ざしているということを主張した。

また柳は、このような各地の風土から生まれ、生活に根ざした民芸には、用に即した「健やかで素朴で動じない美」があるとし、実用的価値と美的価値の両面ある手作りの製品の再評価を訴えた〔水尾, 1968 (22-25頁)〕。

工業化が進み、機械的に大量生産される規格品が生活に浸透してきた時代の中で、民芸運動は日本各地の「手仕事」文化を守るため、近代化に警鐘を鳴らすとともに、民芸の職人たちの保護育成につとめた運動なのである。

## 2) 山陰地方の民芸運動

次に、山陰地方の民芸運動について『日本文化史研究』の中川による研究をもとに、以下にまとめていく。

山陰地方の島根の民芸運動を指導したのは柳宗悦である。柳は大学を卒業し、欧米留学後、朝鮮半島の「朝鮮工芸の美」に魅了され、大正11 (1922) 年に朝鮮民族美術館を設立する。その後、英国人陶芸家のバーナード・リーチや、陶芸家浜田庄司、そして島根県安来市出身の河井寛次郎らと民芸運動を推進した。そして昭和6 (1931) 年に雑誌「工芸」を創刊、昭和11 (1936) 年には東京・駒込に日本民芸館を設立したという〔中川, 2003 (39-40頁)〕。

昭和6 (1931) 年には、島根の日用雑器等の「用の美」を調査する目的で「民芸診断」を行い、島根県を西から東へ踏査したという。これをきっかけとして、島根の民芸運動が動き出した。その年の夏に、松江、温泉津、浜田で柳と河井所有の民芸品の展覧会「正しき工芸品の展観」が開かれた。秋には松江で「島根民芸展」が開催され、さらに東京・銀座でも「山陰民芸展」が開催された。島根から民芸運動は全国的な広がりを見せたのである。また、昭和7 (1932) 年には「島根民芸会」が発足し、和紙、織物、竹工の職人らが参集した。これらの人々が中心となり、民芸運動は島根において、初めて実体ある運動として結実した。島根民芸会発足後、柳、河井、浜田、バーナード・リーチらが島根を訪れて指導をし、島根はその後の民芸運動の中心地となった〔中川, 2003 (40-41頁)〕。

また、長年倉敷民芸館長を勤めた故外村吉之介は、『山陽山陰の民芸 手の仕事一序に代えて』に寄稿している。そこでは「ここに出てくる工人たちは、自然の材料に従順である。自然材が持つ性質をよくわきまえ、それに従って技を加えている。そして材料の秘めている良い質を輝かせ、美しくしている。そのような仕事は材料を殺すのではなく、むしろ材料を正しく生かし、使うことによって、さらにその美を加えて人々を喜ばせるようになるのである」と、山陽山陰の民芸の職人について述べている。さらに手仕事について「機械はその馬力と連力による多量

性によって、人間に多くの便利を与えているが、その製品が機械以前の手仕事の質の良さに遠く及び得ないのは、何故であろうか。それは機械は本来理詰めの機構であり、製品の豊かな質への追及に限界を持っているからである。それは即ち人知の限界である。しかし、人間の手は神から与えられた絶妙な機構を持ち、心の自由な働き手である。だから何時も作品の質への自在な適応性を備え、どんな道具を使っても何時も主体的である。作品には思いも情もこめられる」と述べている。

以上のように、民芸とは「民衆の工芸」のことであり、民衆が生活に必要なとする品のことである。上述したように家具、陶磁器、織物、染物、編組品、鋳物、木彫、竹工など、様々なものが対象となっていた。しかしこれまで、「食」が民芸の対象として捉えられることは少ない。けれども日本には、民芸の特性を含む地域に根ざし、風土や自然のめぐみを生かした職人の手でつくられた和菓子が多く存在する。

また山陰地方は、柳宗悦をはじめ、島根出身の陶芸家河井寛次郎などによる民芸運動の中心地として存在し、様々な民芸品を生み出していることから、民芸と非常に密接な関係にある。今回調査をした風月堂は、このような柳宗悦や河井寛次郎らの民芸の考え方に共鳴し、用の美を備えた「民芸の和菓子」を作る和菓子店の1つであるといえる。

## 2. 風月堂

次に、風月堂の歴史について述べる。風月堂は明治19 (1886) 年創業の和菓子屋である。初代は中西栄之助、二代目は不明、三代目が中西万助、四代目が中西千恵子、そして現社長は中西正昭氏である。

### 風月堂の歴史

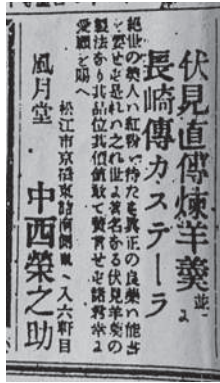
中西栄之助 (以下栄之助) は、嘉永3 (1850) 年に島根県の飯石郡にある三刀屋村に生まれた。彼は兄とともに松江に移り、兄は松江の砂糖問屋に住み込みを始めた。その一方で栄之助は京都の駿河屋へ奉公に行き、和菓子の技術を体得した。星野によれば、栄之助の修業時期がおおよそ明治12 (1879) 年頃だったとあるので、おそらく29歳の頃である<sup>注3)</sup>。

明治19 (1886) 年に栄之助は松江に戻ると、和菓子屋「風月堂」を開店した。彼は当時すでに独立していた兄から砂糖を仕入れ、風月堂で駿河屋直伝の羊羹を売り出した。それは日本最初の練羊羹とされており、白小豆を使い、紅を流しこんだ「紅羊羹」であった〔星野, 2007 (30頁)〕。

また、当時の紅羊羹の一棹の値段の相場は、25銭ほどだったが、栄之助の羊羹は18銭という低価格で販売した。さらに明治22 (1889) 年頃には、当時は珍しかった新聞広告を連日掲載し、広告には「伏見直伝羊羹、その品位、その価値敢えて贅言せず諸君に幸に愛顧を賜へ」と自信たっぷりの内容であった。これを見た他の菓子店も、その後は広告の掲載をするようになった



図6.新聞広告（明治24年3月31日付山陰新聞）



(風月堂提供)

〔星野, 2007 (30頁)〕。図6は明治24 (1891年) の広告である。

その羊羹が、「御所御用の伏見駿河屋直伝白小豆紅羊羹」であったことから、以後松江の練羊羹は「紅流し (紅色)」になったという逸話が今にも伝えられている。

二代目 (名前は不明) の後、三代目は中西万助 (1906-1981) である。中西万助 (以下万助) は、松江灘町の旅館、岩城屋から風月堂の中村家に養子に入り、風月堂で和菓子職人として一生を尽くした。

一方で万助は、民芸運動の中心的人物であった島根県出身の陶芸家河井寛次郎や、棟方志功と親交を結ぶ文化人でもあった。今でも風月堂の店頭には、棟方志功の書が飾られている。

当時、三栄堂など風月堂以外の菓子店でも、民芸運動の中心的人物との親交はあったようだ。しかし、風月堂が強く親交を結ぶきっかけとなったのは、第2次世界大戦の影響で砂糖が不足し、店を一時的に休業していた期間に、民芸協会の島根県支部として店舗を貸していたことにある。当時店に多くの関係者が出入りし、万助は民芸人や民芸との関係を強くした。

万助は、先代が大切にしてきた練羊羹や「かすていら」をその当時と変わらない味を保ちながら作り続けるとともに、黒小倉という新商品の製造もおこなった。これは、大納言小豆と黒砂糖を配合した小倉羹である。商品製作の際には、材料の配合を河井とともに考えた。商品名は河井が名付けた。この商品は、昭和12 (1937) 年に東京銀座の民芸店「たくみ」において出雲地方の陶器の即売会が行われた際、引き物として創製した20箱がすぐに完売し、それから風月堂の名物となっている。

風月堂には、商品の飾り棚がない。『和菓子風土記』に万助は「菓子は味わうもので、見るものではない。それに空気にさらしておく、乾燥して味が落ちる」と言っていたとある。この当時と変わらず、現在でも、注文の度に、棹もの商品を切って包装しており、和菓子はほぼ陳列されていない。ここに、生活に根ざした「日常の菓子」を目指した万助の民芸への思いを感じる。

その後、万助の次女、中西千恵子氏 (以下、千恵子) が四代目当主となり、現在は千恵子の夫である中西正明氏が代表取締役社長を務めている。なお、製造に関しては、万助の長女、池田恵子氏の長男である池田健氏が昭和56 (1981) 年から現在も任されている。

現在、風月堂の従業員数は8名で、その内訳は製造3名、販売5名である。年商は1300万円である。

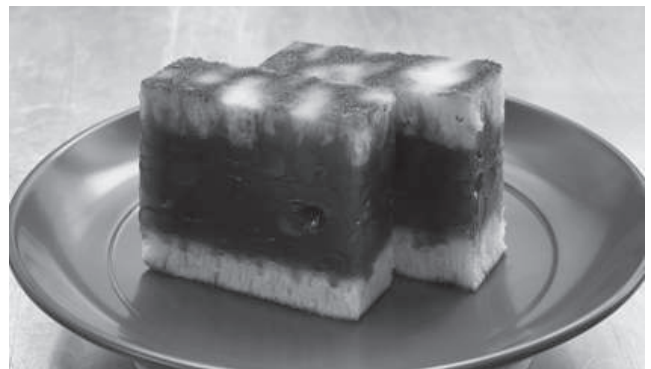
風月堂では八雲小倉、黒小倉、萬寿、かすていら、最中、琥珀糖、練羊羹の7種類の菓子を製造販売しているが、その品目は万助の時代から現当主の代まで変わっていない。先代から受け継いだ味を、決して変えることなく引き継いでいる。

### 3. 風月堂の商品

風月堂の菓子は、7種類だけである。「八雲小倉」「黒小倉 (秋から春の彼岸までの期間)」「萬寿」「練羊羹」「かすていら」「最中」「琥珀糖 (夏期)」である。これらの菓子の製造方法は門外不出である。

「練羊羹」は明治19 (1886) 年の創業以来、製法は全く変わらない。手亡豆などを混合せず、白小豆100%で作るこだわりだ。

図7. 八雲小倉 (筆者撮影: 2019.8.27)



「八雲小倉」は、カステラ羊羹である (図7)。手漉きの出雲和紙を敷き、その上にカステラ種を流して焼き上げるため、「八雲」の名にふさわしい雲のような縞模様の焼き目をつけたカステラが焼き上がる。このカステラで小倉羊羹を両側から挟んだ菓子である。これは店の看板商品の1つである。『日本銘菓辞典』によれば、昭和8 (1933) 年に、中西万助が創製したとある。

「黒小倉」は、大納言小豆と黒砂糖でつくられた小倉羹だ。黒くつややかな羊羹の中には大納言の粒がたっぷりと含まれている。コクのある黒砂糖に、アクの少ないザラメを合わせているので、すっきりとした甘さである。三代目万助と河井寛次郎によって考案された季節限定のオリジナル商品だ。

「萬寿」 (図8) は、直径9cmほどの大きな饅頭で、中には漉し餡を含み、表面は卵の香りの強く、懐かしさのある味がする生地で包まれている。見た目のフォルムは親しみに満ちた民芸調である。

図8. 萬寿（筆者撮影：2019.8.27）



風月堂の餡で使用する豆は、岡山県産の備中大納言を取り寄せ、さらに一粒一粒豆を厳選している。これも先代から受け継がれている大切な作業である。

風月堂の和菓子は、華美な装飾はなく、無駄を省いたとてもシンプルで素朴な菓子ばかりである。これらは全て“職人の手”によって生み出された“日常使いの菓子”であるが、前述の外村の言葉にあったように「材料の秘めている良い質を輝かせた美しさ」を感じる。これは民芸の“健やかな美”に通じるものである。これら民芸の要素が随所に含まれた風月堂の和菓子は、万助が柳や河井によって民芸運動の影響を受けたことにより、生み出されたといえるであろう。

#### 4. 販売方法と販売経路

店では、その日に作れる分だけの菓子を製造する。風月堂の和菓子の特徴は“棹もの”が多い。八雲小倉、黒小倉、かすていら、練羊羹、琥珀糖は、客が購入する際に、店の奥で菓자에包丁を入れ、半棹や一棹入りの箱に入れて包装をする。他の和菓子屋は時代の流れとともに、日持ちのために真空包装した商品を販売している中、風月堂は一切しない。保存料を含まず、簡易包装のため、黒小倉など傷みやすい商品は、販売時期を限定している。

また販売は、店舗のみで行っている。昭和33（1958）年に松江に初めてデパートが開店した際、松江市内の和菓子屋の各店は自前の売り場を開設した。以後、デパートや駅などの委託販売が広がり、現在では松江市内のあちこちで、様々な銘菓を購入することが可能となった。そのデパートの開店時、風月堂も出店をしたが、棹ものの特徴を喪失させないために、わずか2～3日で撤退したという。それ以来、委託販売は行わず、現在の店舗のみである。

地元の顧客は少なく、顧客のほぼ7割が、県外の人だという。転勤で松江に訪れた際に風月堂のファンになった顧客や、マスコミの取材などから口コミで広まり、今では、全国から注文を受けるようになった。ちなみに、ホームページ等も持っていない。

#### VII. 風月堂の存続理由について

以上、風月堂の経営方法について見てきた。前述したように、和菓子の消費量は減少傾向にあり、和菓子産業は様々な要因から、市場が年々縮小している。和菓子どころとして全国に知られている松江もまた、以前のような活気を失いつつある。しかしその中で、創業133年たった今も、和菓子店として生き残り続けることができている理由は何であろうか？

その理由として、3つ考えられる。まず1つ目は「差別化」である。松江の和菓子が全国的に広められたきっかけの1つとして、不昧公時代の銘菓を復元させたことにある。しかし風月堂は“不昧公御好”の菓子を作らず、先代の味を守りながら、独自の菓子製作を行ってきた。特に三代目万助は、民芸から菓子の実用性を考え、地域に根ざし、風土や自然のめぐみを生かした和菓子職人として、菓子製作に取り組んだ。そして民芸運動の中心者であった河井寛次郎と新商品「黒小倉」の製作を行い、それが風月堂の看板商品の1つとなった。黒小倉に限らず、八雲小倉、練羊羹、かすていら、萬寿など、その他の菓子のすべてに共通していることは、素材にこだわりつつも、華美な装飾はなく、どれも素朴で、健康的な美しさを兼ね備えている。“不昧公御好”の菓子を＜お殿様の菓子＞とすれば、風月堂の菓子は＜民衆の菓子（日常の菓子）＞である。柳は、民芸を「健やかで素朴で動じない美しさ」としたが、“シンプルで健康的な美しさ”を持つ風月堂のお菓子はまさに「民芸の菓子」である。このように風月堂が「民芸の菓子」を製造していることが、他店と大きく違う特徴である。

表1. 各和菓子店に関する年表

和暦	西暦	できごと
明治7年	1874年	彩雲堂創業
明治19年	1886年	風月堂創業
明治23年	1890年	風流堂創業
明治中期		彩雲堂「若草」復元
大正7年	1918年	風流堂「山川」復元
昭和4年	1929年	三栄堂「菜種の里」復元
昭和7年	1932年	「島根民芸会」が発足
昭和8年	1933年	風月堂「八雲小倉」創製
昭和12年	1937年	風月堂、河井寛次郎と考案した「黒小倉」を引き物として創製

2つ目は「希少性」である。風月堂は、支店を持たないため、店舗は、松江市内の1店舗のみである。松江市内の他の老舗和菓子店は、駅、百貨店、お土産センター、空港等で商品の委託販売を行っている。しかし、風月堂は委託販売を行っていない。他では手に入らない、その場所でしか購入できない、という「希少性」が、顧客にとっての魅力につながっている。

3つ目は、「変わらない」ということである。製造を任されている池田氏は、万助の製造法を忠実に守りつつ、菓子製造を続けている。菓子の種類はもちろんのこと、商品を詰める箱、包装紙、懸け紙まですべて先代のまます受け継いでいる。

近年の健康ブームで、砂糖を嫌う傾向があるため、大手メー

カーなどでは伝統を守りながらも、商品の砂糖を減らすなど、時代に合わせて変革をする部分も見られる。しかしその中にもあっても風月堂は菓子の材料や配合を変えず、創業時から同じものを今も作り続けている。万助の娘で、製造担当である健氏の母であり、今も店に立つ恵子氏は、風月堂を最前線にしている地方の顧客が「久しぶりに食べても昔と変わらない」といわれることが何より嬉しいといい、「先代から受け継いだ味を変えてはいけない、という責任感を持ってこれまでやってきた。現状維持を守ってきたことがここまで企業として残ってきた理由だ」と話す。

## VIII. 結語

以上、民芸運動の影響を受けた中小規模の菓子製造業の経営方法の一例を見てきたのであるが、松江全体にとっての風月堂の及ぼした影響について考察を加えたい。

松江は、和菓子産業都市として歴史のある町である。今回調査した風月堂が今も生き残っている要因の1つとして、風月堂が“不味公御好”の菓子を製造した企業と異なる独自路線を貫いたことを挙げたが、松江の菓子の隆盛の大きなきっかけとなったのは“不味公御好”の菓子を再現させたことである。それにより松江和菓子の知名度の向上を図ることが出来たのである。その大きな功績により、それぞれの企業が切磋琢磨し、今日の“和菓子の松江”となったことを忘れてはいけないうらう。

日本には和菓子だけでなく、地域に、生活に根ざした「食」の民芸品というものが数多く存在する。しかし、文献研究にあったように、風月堂も「後継者難」などに直面しつつある。この問題は、伝統産業全体の課題である。今後も事例研究を続けつつ、この課題を模索し、解決策を考えていくことを課題とする。

注)

- 1) グラフで示す「和菓子」とは、家計調査年報の〈ようかん、まんじゅう、かすてら、その他の和生菓子〉を合計した金額であり、「洋菓子」とは〈ケーキ、ゼリー、プリン、他の洋生菓子〉を合計した金額である。
- 2) 島根県菓子工業組合の担当者談、電話インタビュー（2018.8.5）
- 3) 星野春雄「松江の和菓子を作った人々」湖都松江29ページ、本文中の遠藤仁誉氏の『山陰の味覚と民芸品』内の記述より年齢を算出。なお同書は未見。

## 参考文献

- 大石剛. 伝統食品産業にみる経営革新. 情報と社会. 江戸川大学要. 2007, no.17, p.75-88.
- 加藤明. 老舗和菓子店 森八の復興にみる企業文化. 北陸地域研究. 2010-2011, vol.3, no.2, p.27-38.
- 長谷川弓子. 伝統産業（醤油）の製品と経営の現状と課題－和歌山県湯浅町『湯浅醤油』を事例として－. 聖徳大学研究紀要. 2019, no.29, p.59-65.
- 外山徹. 鳥取県及び島根県出雲地方における陶磁器生産の産地特性. 明治大学博物館研究報告. 2019, no.24, p.19-32.
- 星野春雄. 松江の和菓子を作った人々. 湖都松江. 松江市文化協会. 2007, no.14, p.28-31.
- 柳宗悦の民芸運動と現代－山陽、山陰地方に見る－. 2002, pp.1-7.
- 川井彩希. 松江商工会議所理事太田直行が目指した振興－近代地方都市における民芸運動助成の意義－. 山陰民族学会. 2019, p.39-53.
- 中川登史宏. 山陰地方の民芸運動. 日本文化学会. 2003, p.39-47.
- 藪光生. 業界団体 和菓子産業の現状と課題. 豆類時報. 2018, vol.91.

- 松平家編輯部. 松平不味伝. 慶文堂書店. 1918, p.185-186.
- 高橋竜雄. 茶禪不味伝. 宝雲社. 1944, p.229-230.
- 富永次郎. 日本の菓子, 現代教養文庫, 1961, p.122-126.
- 星野春雄. 松江市菓子業の軌跡－松江市、島根県の経済の変遷－. 松江今井書店. 2002, 231p.
- 石井悠. お茶のお殿様 松平不味公－不味の歩んだ道と伝えられた文化遺産－. ハーベスト出版. 2018, p.168-170.
- 和菓子ものがたり. 中山圭子. 株式会社 新人物往来社. 1993, p.18-19.
- 松江まちづくりプロジェクト 社団法人 松江青年会議所編. 松江余談. 今井書店. 1989, p.56-59.
- 山本候充編著. 日本銘菓辞典. 株式会社 東京堂出版. 2004, p.200-204.
- 荒木英之. 出雲の食文化 松江食べ物語〈秋・冬〉. 山陰中央新報社. 1994, p.120-123.
- まつえ和菓子物語（歴史編、味わい編、職人編、産業編、作法・趣向編、銘菓編、未来編）. 山陰中央新報連載記事. 2007.10月-2008.10月.
- 楠本憲吉. 和菓子風土記. 文化出版局. 1970, p.207-212.
- 柳宗悦. 民藝とは何か. 講談社学術文庫, 2006.192p.
- 柳宗悦. 雑器の美. 青空文庫, 2011. <https://www.aozora.gr.jp> (2019/ 8/27アクセス)
- 水尾比呂志. 現代民芸論－手仕事のゆくえ－. 新潮社. 1968, p.22-25.
- 水尾比呂志. 民藝の美. 株式会社河原書店. 1967, pp.314.
- 大下米造. 山陽山陰の民芸. 株式会社中国新聞社. 1974, p.1-29.
- 総務庁統計局編. 家計調査報告書 昭和22年～61年. 財団法人 日本統計協会. 1988.
- 総務省統計局編. 家計調査年報《I 家計収支編》平成20年. 一般社団法人 日本統計協会. 2009.
- 総務省統計局編. 家計調査年報《I 家計収支編》平成30年. 一般社団法人 日本統計協会. 2019.
- 日本民藝協会ホームページ [www.nihon-mingeikyokai.jp/about/](http://www.nihon-mingeikyokai.jp/about/) (2019年7/25アクセス)
- 風流堂ホームページ <https://www.furyudo.jp/> (2019/ 8/10アクセス)
- 彩雲堂ホームページ <https://www.saiundo.co.jp/> (2019/ 8/10アクセス)
- 三栄堂ホームページ <http://www.saneido.jp/> (2019/ 8/10アクセス)
- Sankeibiz [https://biz-journal.jp/2019/06/post\\_28174.html](https://biz-journal.jp/2019/06/post_28174.html) (2019/ 7/25アクセス)
- 東京商工リサーチ [https://www.tsrnet.co.jp/news/analysis/20181108\\_03.html](https://www.tsrnet.co.jp/news/analysis/20181108_03.html) (2019/ 7/25アクセス)
- ビジネスジャーナル [https://biz-journal.jp/2019/06/post\\_28174.html](https://biz-journal.jp/2019/06/post_28174.html) (2019/ 7/25アクセス)